

การวิเคราะห์หลักการออกแบบจากสารัตถะย่านวัฒนธรรม : กรณีศึกษาย่านเจริญกรุง

เอก ทองประเสริฐ และสุภาวี ศิรินคราภรณ์

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Corresponding author: thongprasert_e@su.ac.th

บทคัดย่อ

การออกแบบผ่านอัตลักษณ์ของความเป็นไทยมีจุดเด่นที่การสร้างสรรคโดยอ้างอิงรากฐานศิลปวัฒนธรรม แต่มีข้ออุปสรรคด้านรูปแบบ และยากต่อการแข่งขันกับอุตสาหกรรมที่ผลิตจำนวนมาก ทำให้ยังจำกัดอยู่ในวงแคบ บทความนี้เรียบเรียงขึ้นเพื่ออภิปรายข้อค้นพบจากการศึกษาด้านศิลปะการออกแบบ โดยมุ่งศึกษาองค์ประกอบเชิงคุณค่าที่ปรากฏเป็นอัตลักษณ์สำคัญเฉพาะพื้นที่ เพื่อวิเคราะห์สารัตถะหรือแก่นสารความงาม โดยมีพื้นที่ศึกษา คือ ย่านเจริญกรุง กรุงเทพมหานคร ในฐานะพื้นที่ที่มีศักยภาพทางวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย เพื่อสังเคราะห์เป็นหลักในการออกแบบผลงานสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง สารัตถะย่านวัฒนธรรม การพัฒนาอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร โดยแสดงการวิเคราะห์ในมิติต่าง ๆ อาทิ มิติทางประวัติศาสตร์ของย่านเจริญกรุงที่สัมพันธ์กับบริบทการพัฒนาเมืองของกรุงเทพมหานคร มุมมองของพื้นที่แบบย่านและชุมชนพหุวัฒนธรรม โดยใช้ทฤษฎีการออกแบบร่วมกับทฤษฎีสัญญาวิทยาแบบโครงสร้างนิยม ผลการวิเคราะห์ พบว่าองค์ประกอบเชิงคุณค่าที่เป็นตัวแทนผลผลิตทางสังคมของย่านเจริญกรุง ประกอบด้วย สภาวะอันเป็นคู่ตรงข้าม 2 ประการคือ ภาพตัวแทนความหมายเชิงรูปธรรม และภาพตัวแทนความหมายเชิงนามธรรม ในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์วัฒนธรรมที่ดำรงอยู่ท่ามกลางอิทธิพลที่ส่งต่อระหว่างกัน เมื่อนำผลการศึกษามาตีความเชิงอุปมาอุปไมย จึงสามารถสังเคราะห์เป็นหลักการออกแบบ DAV Model ในฐานะองค์ความรู้ทางกระบวนการออกแบบจากการวิเคราะห์มิติทางประวัติศาสตร์และมิติสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านเจริญกรุง ซึ่งผลการศึกษานำมาใช้สร้างกระบวนการออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพในฐานะองค์ความรู้ใหม่ของการศึกษาด้านศิลปะการออกแบบ

คำสำคัญ : 1. หลักการออกแบบ 2. สารัตถะย่านวัฒนธรรม 3. เจริญกรุง

**Analysis of design principles from the essence of cultural district:
A case study of Charoen Krung district**

Ek Thongprasert* and Supavee Sirinkraporn

Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Bangkok 10200, Thailand

**Corresponding author: thongprasert_e@su.ac.th*

Abstract

Design rooted in Thai identity is characterized by creativity grounded in the foundations of traditional arts and culture. However, it often faces limitations in form and struggles to compete with mass production industries, restricting its broader application. This article discusses findings from a study focused on extracting design principles based on the core values embedded in visual elements that reflect local identity. The study analyzes the aesthetic essence of the Charoen Krung district in Bangkok, an area with significant contemporary cultural potential, to synthesize principles for creative design. This study forms part of a Ph.D. dissertation titled Cultural district's essence: The sustainable development of Bangkok. This article explores multiple dimensions—including the historical context of Charoen Krung and its relation to Bangkok's urban development, the spatial concept of "district," and its multicultural community—through the application of design theory and structuralist semiotic theory. The analysis reveals two opposing yet interrelated value components that represent the district's cultural output: concrete visual representations and abstract symbolic representations. These dual aspects function as cultural symbols that persist and evolve through mutual influence. By interpreting these findings metaphorically, the study synthesizes a set of design principles called the DAV Model, offering a conceptual framework for design practice grounded in the district's historical, social, and cultural dimensions. The results contribute to the development of an efficient design methodology and offer new knowledge to the field of design arts.

Keywords: 1. Design principles 2. Cultural district essence 3. Charoen Krung

บทนำ

การออกแบบผ่านอัตลักษณ์ของความเป็นไทยนั้น โดยทั่วไปแล้วมีลักษณะที่โดดเด่นในเรื่องของการแสดงออกถึงความมีชีวิตประณีตผ่านรายละเอียดของรูปลักษณ์ทั้งงดงาม มีอิทธิพลจากการศึกษาและนำรูปลักษณ์ที่ปรากฏจากศิลปวัฒนธรรมไทยในอดีตมาประยุกต์และออกแบบเป็นสินค้าและบริการ มีจุดเด่นที่การสร้างสรรคที่มีแกนหลักอยู่ที่ความงดงามด้วยพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรมในอดีต อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจุบันจะมีความพยายามในการส่งเสริมแนวคิดของ “อำนาจละมุน” หรือ ซอฟต์พาวเวอร์ (soft power) โดยภาครัฐ เพื่อนำเสนอและส่งออกวัฒนธรรมของไทยไปสู่การรับรู้ในระดับสากล แต่เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่สามารถนำเสนอวัฒนธรรมของตนเองในฐานะซอฟต์พาวเวอร์ออกไปสู่ระดับนานาชาติ จะพบว่ากรออกแบบผ่านอัตลักษณ์ความเป็นไทยนั้นยังไม่สามารถตอบโจทย์ต่อการสร้างสรรค์ออกแบบเพื่อผลิตสินค้าและบริการออกมาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับทั้งในสังคมไทยและสังคมนานาชาติ ที่มุ่งไปที่การออกแบบสมัยใหม่และเข้ากันกับบริบทโลกเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง เมื่อพิจารณาโดยละเอียดจะพบว่ารูปแบบการออกแบบสร้างสรรค์ในประเทศไทยมักจะประสบอุปสรรคด้านรูปแบบของการออกแบบอยู่เสมอ ทั้งในด้านรูปลักษณ์ที่ไม่สอดคล้องไปกับยุคสมัย และภูมิปัญญาที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะทางเข้ามาเกี่ยวข้องจนเป็นอุปสรรคต่อกระบวนการผลิต รวมถึงกระบวนการผลิตที่ยากต่อการแข่งขันกับสินค้าในระบบอุตสาหกรรมที่มีการผลิตในจำนวนมาก โดยมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่าสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งในการผลิตนั้นใช้เวลานาน ผลิตได้จำนวนที่น้อย จึงทำให้สินค้าและบริการที่ผ่านการออกแบบด้วยอัตลักษณ์ความเป็นไทยยังจำกัดอยู่ในวงแคบ

อย่างไรก็ตาม การรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยในบริบทโลกนั้นถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ด้วยผลจากพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นส่วนสำคัญในทุนทางวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ผู้เขียนในฐานะนักออกแบบและนักวิจัยเห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมในแง่ของพื้นที่อาจเป็นองค์ประกอบฐานรากที่สำคัญ ซึ่งสามารถใช้เป็นหลักในการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ผู้เขียนจึงริเริ่มศึกษาพื้นที่เฉพาะที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในแง่มุมมองต่าง ๆ เพื่อวางขอบเขตการวิจัยในฐานะการศึกษานำร่อง (pilot study) ในฐานะการศึกษาหลักการในการออกแบบโดยใช้ทุนทางสังคม

วัฒนธรรมของประเทศมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของประเทศจากสารัตถะทางวัฒนธรรม

โดยในบทความนี้ ผู้เขียนนำเสนอข้อค้นพบจากการศึกษาพื้นที่ย่านเจริญกรุง กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้เขียนพบแก่นสารความงามจากองค์ประกอบทางรูปธรรมและนามธรรม ในฐานะพื้นที่ที่มีศักยภาพทางวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย โดยเฉพาะในแง่ของความหลากหลายที่มีความผสมผสานลงตัว อาทิ ความเป็นย่านสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่อยู่ร่วมกับสิ่งก่อสร้างสมัยใหม่ทั้งในทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ตลอดจนมีประชากรผู้อยู่อาศัยที่ประกอบด้วยกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทั้งช่วงวัย เชื้อชาติ และศาสนา อันส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในพื้นที่และผู้คนที่เข้ามาในพื้นที่ผสมผสานเป็นพื้นที่ที่พหุวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร การสำรวจและเก็บข้อมูลองค์ประกอบรูปธรรมและนามธรรมของพื้นที่ เพื่อศึกษาหาแก่นสารของความงามซึ่งเป็นอัตลักษณ์สำคัญเฉพาะของพื้นที่เจริญกรุงด้วยวิเคราะห์เพื่อออกแบบเครื่องมือทางความคิดที่จะนำไปสู่การทดลองออกแบบสร้างสรรค์สินค้าและบริการ โดยมีวิธีการสังเคราะห์ข้อมูลด้วยการลงพื้นที่ศึกษา ร่วมกับการวิเคราะห์ภาพตัวแทนผลผลิตทางสังคมของย่านวัฒนธรรมด้วยสี่เหลี่ยมสัญลักษณ์ของเกรมาส จนได้มาซึ่งองค์ความรู้จากอัตลักษณ์ของพื้นที่ไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ในฐานะองค์ความรู้เรื่องสารัตถะย่านวัฒนธรรม

ผู้เขียนเห็นว่านอกจากองค์ความรู้ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อพื้นที่และผู้คนในพื้นที่โดยตรงแล้ว ยังสามารถนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของพื้นที่ย่านวัฒนธรรม ซึ่งมีความสอดคล้องไปกับแนวทางของรัฐ ที่เริ่มดำเนินการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและวัฒนธรรมผ่านอำนาจอ่อน (soft power) ด้วยการกำหนดจัดทำ (ร่าง) แผนการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ด้วยมิติทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย (พ.ศ. 2566-2570) ในการศึกษาและจัดทำจุดยืนของประเทศไทย เพื่อให้เกิดการจดจำในระดับสากล ศึกษาแนวโน้มและสภาพตลาดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมไทยที่มีศักยภาพ และสารัตถะย่านวัฒนธรรมที่ได้จากการสังเคราะห์ผลการออกแบบในการศึกษานี้ จะมีความสำคัญในแง่มุมมองอันเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมกระบวนการดำเนินงานด้านการสร้างสรรค์สำหรับพื้นที่เมืองที่มีมิติทางวัฒนธรรมที่สลับซับซ้อนในฐานะสารัตถะย่านวัฒนธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

บทวิเคราะห์ : บริบทการพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร พื้นที่ย่านเจริญกรุง

ในบทความนี้ ผู้เขียนมีความมุ่งหมายในการวิเคราะห์
สารัตถะหรือแก่นสารของความงาม ซึ่งเป็นเครื่องมือ
ทางความคิดที่จะนำไปสู่การทดลองออกแบบสร้างสรรค์
สินค้าและบริการ โดยใช้อัตลักษณ์ของพื้นที่ย่านวัฒนธรรม
ที่ศึกษาเป็นหลักคิดพื้นฐานสำหรับหลักการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลภาคทฤษฎีในประเด็นที่เกี่ยวข้อง
กับพื้นที่เมืองกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะบริเวณย่านเจริญกรุง
มีประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ คือ พัฒนาการเชิงพื้นที่
การเติบโตของพื้นที่เมืองในกรุงเทพมหานคร การรับรู้เชิงพื้นที่
ของความเป็น “ย่าน” ในเจริญกรุงที่สัมพันธ์กับมิติทาง
ประวัติศาสตร์ และมิติทางสังคมวัฒนธรรม โดยวิเคราะห์
การทับซ้อนของสัญลักษณ์ทางเจตคติและชาติพันธุ์ มุมมอง
ด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสุนทรียะ
ของสัญลักษณ์ ร่วมกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และ
ความเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ซึ่งสัมพันธ์กับวิวัฒนาการ
ด้านนิเวศวิทยาวัฒนธรรมในฐานะตัวแปรและผลผลิตจาก
ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัฒนธรรม ที่สะท้อนให้เห็น
ปัจจัยองค์ประกอบเชิงคุณค่าที่จำเป็นต่อการพิจารณาในแง่
หลักการออกแบบ

จากการศึกษาแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร พบว่าตั้งแต่
ช่วงปี พ.ศ. 2450 จะมุ่งเน้นไปที่การขยายเมืองในแนวราบ
(suburbanization) เกิดเป็นการพัฒนาเมืองในกรุงเทพมหานคร
ชั้นใน ต่อมาในช่วง พ.ศ. 2500 กรุงเทพมหานครมีการขยายเมือง
มากขึ้นจนถึงเขตชานเมืองโดยรอบ เป็นผลให้คนเริ่มอพยพ
ออกไปสู่ชานเมืองในปี พ.ศ. 2530 และในช่วงปี พ.ศ. 2540
เริ่มมีระบบขนส่งมวลชนทางราง ทำให้คนกลับสู่เมืองชั้นใน
มากขึ้นพร้อมกับการขยายตัวของเมืองออกไปสู่ชานเมือง
ต่อมาในช่วงพุทธทศวรรษ 2540 มีจุดสำคัญหนึ่งในการ
พัฒนาโครงสร้างเมืองโดยมีการคมนาคมเป็นปัจจัยสำคัญ
กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2542 มีการเปิดให้บริการของรถไฟฟ้า
บีทีเอส (BTS Skytrain: Bangkok Mass Transit System)
ดำเนินงานโดย บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) ทำให้เกิดระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ที่ครอบคลุม
พื้นที่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร และมีการเพิ่มส่วนต่อขยาย
อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ส่วนในปี พ.ศ. 2547 มีการ
เปิดใช้โครงการรถไฟฟ้าใต้ดินของประเทศไทย หรือ รถไฟฟ้า
เอ็มอาร์ที (MRT: Metropolitan Rapid Transit) ดำเนินการ
โดยการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ภายใต้

การกำกับดูแลของกระทรวงคมนาคม ระบบการขนส่งมวลชน
ทางรางหรือรถไฟฟ้า นั้น ทำให้เกิดการคมนาคมของคน
จำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถเดินทางในรูปแบบเชื่อมต่อ
ตามสถานี ซึ่งสร้างขึ้นโดยคำนึงถึงการเชื่อมต่อของพื้นที่
ยุทธศาสตร์สำคัญต่าง ๆ ทั้งในด้านที่อยู่อาศัย สถานที่สำคัญ
ทางเศรษฐกิจ และสถานที่ทางวัฒนธรรมในหลายด้าน
โดยในกรุงเทพมหานครนั้นมีพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม
ที่หลากหลาย

ดั้งเดิมนั้นสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมนั้นเกิดขึ้น
ด้วยความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน เช่น
ตลาด ย่านการค้า และศาสนสถาน ต่อมาได้มีการก่อสร้าง
สถานที่ทางศิลปวัฒนธรรม อันเกี่ยวข้องกับพื้นที่การแสดง
และสร้างสรรค์ โดยเฉพาะศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
(Thailand Creative and Design Center: TCDC)
เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2548 ที่เอ็มโพเรียมชอปปิง
คอมเพล็กซ์ ชั้น 6 เพื่อพัฒนาและส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ด้าน
การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาทรัพยากร
มนุษย์ในการแข่งขัน ในปี พ.ศ. 2560 ได้ย้ายที่ตั้งมาที่อาคาร
ไปรษณีย์กลางบางรัก กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันศูนย์
สร้างสรรค์งานออกแบบได้อยู่กับของสำนักงานส่งเสริม
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Agency) ในสังกัด
สำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งมีส่วนในการส่งเสริมกิจกรรมทาง
ศิลปวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครโดยเฉพาะในพื้นที่ละแวก
ถนนเจริญกรุง อาทิ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพ
(Bangkok International Film Festival) บางกอกอาร์ต
เบียนนาเล่ (Bangkok Art Biennale: BAB) การประชุม
นานาชาติทางศิลปะการแสดงแห่งประเทศไทย (Bangkok
International Performing Arts Meeting: BIPAM) และ
เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ (Bangkok Design Week)
จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2562 กรุงเทพมหานครได้รับเลือก
ให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในฐานะ
เมืองแห่งการออกแบบ (The Government Public Relations
Department, 2023) โดยมีการออกแบบเป็นพื้นฐานสำคัญ
ในการพัฒนาเมือง ทั้งทุนวัฒนธรรมตั้งแต่สมัยอยุธยาและ
ย่านเมืองเก่ากับความรู้ในการออกแบบสมัยใหม่ ทำให้เห็น
ผ่านงานออกแบบผลิตภัณฑ์ แฟชั่น งานโฆษณา และ
สถาปัตยกรรมเมือง (Creative Economy Agency, 2023a)
นอกจากนี้ทางกรุงเทพมหานครเองก็ได้มีการจัดทำแผน
พัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)
ในยุทธศาสตร์ที่ 6 การต่อยอดความเป็นเมืองศูนย์กลาง

เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการเรียนรู้ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ย่อย ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 6.1 เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจ และการลงทุน ยุทธศาสตร์ที่ 6.2 กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวระดับโลก และยุทธศาสตร์ที่ 6.3 เมืองแห่งการจัดประชุมนิทรรศการ โดยเป็นยุทธศาสตร์ที่มีความพยายามเพื่อสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนากรุงเทพมหานคร ในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม ที่สำคัญในระดับเอเชียและนานาชาติ (Strategy and Evaluation Department, Bangkok Metropolitan Administration, 2018, p. 249)

เจริญกรุง : จากถนนสู่ย่านวัฒนธรรม

ถนนเจริญกรุง เป็นถนนสายแรกของประเทศไทยที่สร้างขึ้นตามแนวคิดของถนนแบบตะวันตก เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ทรงเล็งเห็นว่าชาวต่างชาติได้เข้ามาอยู่ในประเทศมากขึ้น พร้อมกับการรับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตเข้ามา การตัดถนนนั้นเป็นไปเพื่อรองรับการชื้อรถม้า และเล็งเห็นว่าการสร้างถนนจะทำให้เกิดความสวยงามเรียบร้อยของเมือง จึงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาศรีสุริยวงศ์เป็นแม่กองก่อสร้างถนนแห่งนี้ขึ้น ถนนเจริญกรุงมีความยาว 8,575 เมตร ตั้งแต่ถนนสนามไชยไปถึงถนนตก ผ่านพื้นที่เขตพระนคร เขตสัมพันธวงศ์ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตบางรัก เขตสาทร และเขตบางคอแหลม จากการศึกษาของอาทิพร ผาจันทร์เกี่ยวกับถนนเจริญกรุงในด้านเศรษฐกิจและสังคมในช่วง พ.ศ. 2411-2511 พบว่าถนนเจริญกรุงมีความเติบโตทางด้านเศรษฐกิจอย่างมากในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา จากทั้งความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งคนไทย คนจีน และคนตะวันตกรวมถึงคนในบังคับ สามารถติดต่อกันได้ผ่านคมนาคมทั้งทางน้ำและทางบก จนเกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจขึ้น (Pachanda, 2021)

ความเป็นพหุวัฒนธรรมเกิดขึ้นในพื้นที่ถนนเจริญกรุง โดยพื้นที่อีกด้วย กล่าวคือ ถนนเจริญกรุงตัดเลียบไปกับแม่น้ำเจ้าพระยา โดยด้านติดแม่น้ำนั้นเป็นที่อาศัยของคนตะวันตก ส่วนด้านตรงข้ามเป็นชาวไทย ที่มีทั้งชาวมุสลิม ชาวจีน และชาวมอญ (Watcharasatien, 2006, p. 17) โดยความผสมผสานหลากหลายของวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นสะท้อนออกมาผ่านสถานที่สำคัญที่ยึดโยงอยู่กับกลุ่มวัฒนธรรมนั้น จากการศึกษาประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ผู้เขียนพบว่า นอกจากบทบาทในแง่เมืองหลวงและศูนย์กลางทางการปกครองของประเทศไทยแล้ว กรุงเทพมหานครยังเป็นพื้นที่ที่มีบทบาท

ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมสำคัญของประเทศไทย โดยมีการพัฒนาเมืองมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ มีปัจจัยแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อน เมื่อพิจารณามิติทางประวัติศาสตร์จะพบว่าทำเลที่ตั้งของกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย แม่น้ำและคลองจำนวนมาก ส่งผลให้กรุงเทพมหานครมีความเจริญเติบโตและเป็นจุดยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจผ่านการค้าขายตามแนวแม่น้ำ โดยมีแม่น้ำสำคัญคือ แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ในการพัฒนาเมืองในระยะแรกจึงมีการขุดคลองเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมศักยภาพในการเพิ่มผลผลิตทางเกษตรกรรม ตลอดจนการคมนาคม การขนส่ง และการค้าขาย ต่อมาเมื่อพื้นที่เมืองขยายตัวขึ้นในแนวราบ รวมกับเทคโนโลยีการคมนาคมทางบก จึงมีการสร้างถนนและการคมนาคมระบบรางเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันการขยายตัวของเมืองยังหมายถึงการเพิ่มจำนวนประชากรผู้อยู่อาศัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทวีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งผลให้กรุงเทพมหานครกลายเป็นพื้นที่สังคมพหุวัฒนธรรม

ความเติบโตแบบ “มหานคร” ทำให้กรุงเทพฯ กลายเป็นเขตปกครองพิเศษ โดยมีผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ซึ่งมาจากการเลือกตั้งเป็นผู้ดูแล กรุงเทพฯ จึงไม่เพียงมีความสำคัญในฐานะจุดยุทธศาสตร์ของประเทศ แต่ยังสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติของเมืองซึ่งสัมพันธ์กับผู้อยู่อาศัยโดยตรง และเกิดเป็นภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่สลับซับซ้อนอยู่ด้วยกัน ทั้งมิติเศรษฐกิจในฐานะแหล่งอาชีพ การค้าขาย และอุตสาหกรรม และมีมิติทางสังคมในฐานะศูนย์กลางการปกครองซึ่งมีบทบาทในการพัฒนาสวัสดิภาพพลเมือง ทั้งด้านที่อยู่อาศัย การรักษาพยาบาล การศึกษา ตลอดจนการผลักดันกิจกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม โดยมีพัฒนาการแบบคู่ขนานระหว่างรัฐและภาคประชาชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากวิธีการจำแนกพื้นที่ (zoning) ของเมือง กล่าวคือ ในการจำแนกพื้นที่ของรัฐจะแบ่งตามพื้นที่การปกครองซึ่งมีขอบเขตกำกับไว้อย่างชัดเจน โดยเรียกเป็น “เขต” และ “แขวง” ซึ่งมีฐานะเทียบเท่า “อำเภอ” และ “ตำบล” ในขณะที่ภาคประชาชนจะมีการจำแนกพื้นที่ตามปัจจัยที่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เป็นสำคัญ โดยไม่มีการระบุขอบเขตที่แน่นอน และเรียกอย่างไม่เป็นทางการว่า “ย่าน” ซึ่งอาจจำแนกได้อย่างกว้างตามการใช้ เช่น ย่านที่พักอาศัย ย่านเศรษฐกิจ ย่านอุตสาหกรรม

ย่านศูนย์ราชการ เป็นต้น หรืออาจเรียกขานด้วยชื่อบริเวณเฉพาะของแลนด์มาร์ก เช่น ย่านสวนลุมฯ หมายถึง บริเวณสวนสาธารณะลุมพินี ย่านพญาไท หมายถึง พื้นที่บริเวณ

สี่แยกพญาไท และย่านเจริญกรุง ซึ่งหมายถึงพื้นที่ในบริเวณถนนเจริญกรุง ดังปรากฏในภาพที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นภาพของพื้นที่ถนนเจริญกรุงในฐานะ “ย่าน”



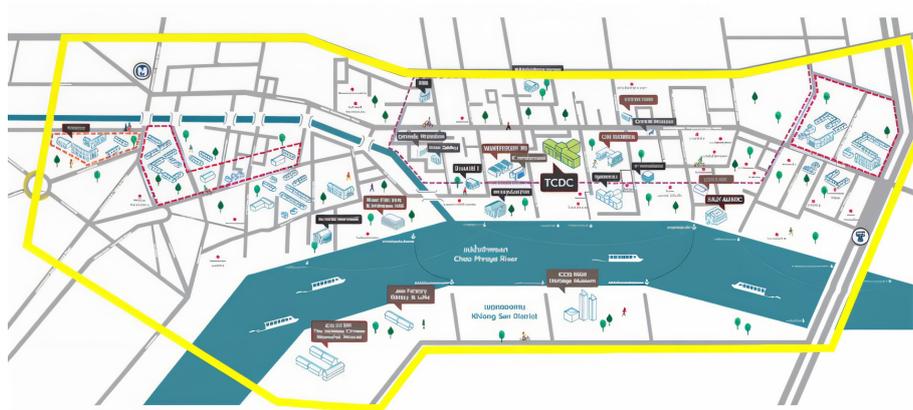
ภาพที่ 1 ภาพพื้นที่บริเวณถนนเจริญกรุง (ที่มา : KORI TV 코리아ทีวี, 2018)

เมื่อพิจารณาย่านเจริญกรุงซึ่งเป็นพื้นที่ในการศึกษาจะพบว่าพื้นที่นี้มีความสัมพันธ์กับพัฒนาการของเมืองมาอย่างยาวนาน โดยเป็นถนนที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 และเป็นสายแรกของประเทศไทยที่สร้างขึ้นตามแนวคิดของถนนแบบตะวันตก ด้วยมีนโยบายสนับสนุนให้ถนนเส้นนี้ที่มีศักยภาพในการค้าขายกับชาวต่างชาติที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่อการค้าขายที่เชื่อมต่อการคมนาคมทางน้ำและทางถนน ความเติบโตทางเศรษฐกิจที่เป็นไปอย่างคึกคักส่งผลให้เจริญกรุงกลายเป็นย่านเศรษฐกิจใหม่ และเป็นแหล่งเชื่อมโยงชุมชนในบริเวณเลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา อาทิ ชุมชนตะวันตก ชุมชนชาวไทย ชุมชนมุสลิม ชุมชนจีน และชุมชนมอญ

การพัฒนาโครงสร้างเมืองของกรุงเทพมหานครสงอิทธิพลโดยตรงอย่างต่อเนื่องกับย่านเจริญกรุง โดยเฉพาะจากนโยบายฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ความพยายามในการผลักดันกรุงเทพมหานครในฐานะเมืองแห่งเศรษฐกิจและการสร้างสรรค์ส่งผลให้มีกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมมากมายขยายตัวเข้าไปในพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร โดยภายใต้กรุงเทพมหานคร ระยะเวลา 20 ปี ในทศวรรษที่ 2560 ที่ผลักดันให้กรุงเทพมหานครมีบทบาทความเป็นมหานครที่เติบโต

ยิ่งขึ้นทั้งในฐานะเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองแห่งเศรษฐกิจและการลงทุน และเมืองแห่งการจัดนิทรรศการ ย่านเจริญกรุงซึ่งเป็นทำเลสำคัญทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร จึงกลายเป็นยุทธศาสตร์ในการต่อยอดทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการเรียนรู้ นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงโดยมุ่งขับเคลื่อนความสำคัญในฐานะแหล่งเรียนรู้การสร้างสรรค์ โดยมีศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ซึ่งย้ายที่ตั้งมาที่อาคารไปรษณีย์กลางบางรักเป็นหมุดหมายสำคัญ (ภาพที่ 2)

เมื่อพิจารณาในแง่มุมมองของวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ย่านเจริญกรุง จะพบความซับซ้อนของมิติทางสังคม ดังปรากฏในสถานที่สำคัญในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่มีองค์ประกอบอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมหลากหลายและผสมผสานอันเป็นสัญลักษณ์สื่อสาร (symbolic communication) ปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แต่มีการปะทะสังสรรค์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งเป็นคุณลักษณะของการแลกเปลี่ยนในสังคมพหุวัฒนธรรมผ่านวิถีชีวิต (way of life) ด้านคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ โดยมีทั้งมัสยิด โบสถ์คริสต์ ชุมชนจีนและมอญ รวมอยู่ในละแวกใกล้เคียงกันกับสถานที่ราชการ ชุมชนไทย และย่านการค้า (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 2 แผนที่เดินทาง Street scape ในบริเวณย่านเจริญกรุง ซึ่งมีศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) เป็นศูนย์กลาง (ที่มา : Creative Economy Agency, 2019)



ภาพที่ 3 ความหลากหลายทางวัฒนธรรมชุมชนในแผนที่ชุมชนต่างชาติด่านเจริญกรุง-เจริญนคร (ที่มา : The Agent Urban Link Property Expert, 2018)

เมื่อนำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมเชิงพื้นที่ของ ย่านเจริญกรุงมาเปรียบเทียบกับทฤษฎีทางสังคมวัฒนธรรม ผู้เขียนพบข้อมูลเพิ่มเติมว่า ความเจริญเติบโตของย่านเจริญกรุง ไม่เพียงแต่สัมพันธ์กับความเติบโตทางเศรษฐกิจ การผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มผู้อาศัย ทั้งที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ หรือกลุ่มผู้สัญจร ยังมีอิทธิพลต่อพัฒนาการของย่านทั้งด้านกายภาพตั้งที่กล่าวไว้ข้างต้น และพัฒนาการด้วยวิถีชีวิต ในฐานะพื้นที่พหุวัฒนธรรม จากการผสมผสานทางวัฒนธรรม (cultural assimilation) ที่ดำเนินในลักษณะของการเชื่อมต่อ และสอดแทรกของกลุ่มวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยมีอิทธิพลของวัฒนธรรมท้องถิ่น “แบบไทย ๆ” เป็นองค์ประสานให้เกิดพลวัตจากการติดต่อกันของวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง แสดงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมแบบวิวัฒนาการนิยม (evolutionism)

แลนด์มาร์ก: ในย่านเจริญกรุง

แลนด์มาร์กหรือสถานที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อภาพจำของความเป็นย่านในละแวกถนนเจริญกรุงนั้น เป็นตัวแทนที่สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของวัฒนธรรมและความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมในอดีตจนถึงปัจจุบัน จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า สถานที่สำคัญในย่านเจริญกรุงจึงเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อประโยชน์ทางมิติด้านสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่

ในบทความนี้ ผู้เขียนคัดเลือกตัวอย่างแลนด์มาร์กในย่านเจริญกรุงจากข้อมูลของสำนักงานเขตบางรัก โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทแลนด์มาร์กในแง่ทัศนวิสัย ประกอบด้วย
 - 1.1 ตลาดน้อย ซึ่งเป็นย่านชุมชนชาวจีนริมแม่น้ำเจ้าพระยาเกิดขึ้นจากการขยายตัวด้านการค้าของชาวจีนจากสำเพ็ง

1.2 วัดพระแม่ลูกประคำหรือโบสถ์กาลหว่าร์ เกิดขึ้นจากการสร้างโบสถ์ของชาวโปรตุเกส เป็นโบสถ์คริสต์ในนิกายคาทอลิก

1.3 โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล (Mandarin Oriental Bangkok) เป็นโรงแรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นสถานที่สำคัญในการต้อนรับชาวต่างชาติซึ่งเดินทางมายังประเทศไทย ทั้งพระบรมวงศานุวงศ์ต่างประเทศ ประมุขจากต่างประเทศ และบุคคลที่มีชื่อเสียงอีกจำนวนมาก (Jumpafueng, 2023)

1.4 อาสนวิหารอัสสัมชัญ เป็นอาสนวิหารรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบฟื้นฟูศิลปวิทยาการอิตาลี ประจำมิสซังโรมันคาทอลิกกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้พื้นที่ตั้งยังประกอบไปด้วยโรงเรียนอัสสัมชัญ (เปิดในปี พ.ศ. 2428) โรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์ (เปิดในปี พ.ศ. 2447) และโรงเรียนอัสสัมชัญศึกษา (เปิดในปี พ.ศ. 2476)

1.5 มัสยิดฮารูน ศาสนสถานมุสลิม ในอดีตบริเวณที่ตั้งเป็นชุมชนของพ่อค้านักเดินเรือไประหว่างสยาม มลายู และอินโดนีเซีย อาคารมัสยิดหลังปัจจุบันนั้นก่อสร้างในพื้นที่ร่นเข้ามาจากการสร้างศาลกษัตริย์หรือโรงภาษีร้อยชักสามในสมัยรัชกาลที่ 5

1.6 อาคารไพบรณีย์กลาง เดิมพื้นที่นี้เป็นที่ตั้งของสถานกงสุลอังกฤษ ปัจจุบันอาคารใช้เป็นที่จัดแสดงนิทรรศการของไพบรณีย์ไทย ไพบรณีย์เขตบางรัก และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. ประเภทแลนด์มาร์กวัฒนธรรมร่วมสมัย ประกอบด้วย

2.1 พิพิธภัณฑ์ชาวบางกอกหรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพเขตบางรัก จัดแสดงสถาปัตยกรรมและสิ่งของที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตตามประวัติศาสตร์และความเป็นอยู่ในพื้นที่จริง

2.2 ศูนย์การค้าริเวอร์ ซิตี้ มีบทบาทในฐานะศูนย์การเรียนรู้และจัดแสดงของเก่าและศิลปกรรม สำหรับนักสะสมและบุคคลทั่วไป

2.3 แวร์เฮาส์ 30 (Warehouse 30) เป็นโครงการที่เป็นศูนย์รวมของหอศิลป์และร้านค้าไลฟ์สไตล์ ตั้งอยู่ที่เจริญกรุงซอย 30 ภายในโครงการประกอบไปด้วยหอศิลป์และร้านค้าที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์และผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต่าง ๆ

2.4 วารินแล็บคอนเท็มโพรารี เป็นหอศิลป์ที่ตั้งอยู่ในอาคารที่เคยเป็นที่พักของนายแพทย์บุญส่ง เลขะกุล ผู้บุกเบิกการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของไทย โดยหอศิลป์ดังกล่าวได้จัดนิทรรศการศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นหลักของแต่ละนิทรรศการ (Warin Lab Contemporary, 2023) นอกจากนี้บริเวณย่านเจริญกรุง

ยังมีสตรีตอาร์ต (street art) อยู่ในบริเวณต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น กำแพงสถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศสประจำประเทศไทย กำแพงสถานเอกอัครราชทูตโปรตุเกสประจำประเทศไทย และบริเวณตลาดน้อย เป็นต้น

จากการศึกษาสถานที่สำคัญในย่านเจริญกรุง จะเห็นได้ว่าแต่ละสถานที่นั้นมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์และยังมีการดำรงรักษาเอาไว้จนถึงปัจจุบัน (Bang Rak District Office, 2018) อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ที่โดดเด่นผ่านสังคัมพหุวัฒนธรรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่แสดงให้เห็นว่าย่านเจริญกรุงนั้นมีศักยภาพที่จะพัฒนาในด้านการสร้างสรรค์ ทั้งพื้นฐานประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคัมวัฒนธรรม โดยย่านเจริญกรุงนั้นได้เป็นพื้นที่แม่แบบในการสร้างย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากเห็นในศักยภาพทางเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรมจากประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและเทศกาลของชุมชน และกิจกรรมเกี่ยวกับความสร้างสรรค์ พลวัตของชุมชนจากอดีตถึงปัจจุบัน ส่งผลต่อการดึงดูดการท่องเที่ยว การต่อยอดทุนวัฒนธรรม การดำเนินธุรกิจในพื้นที่ ไปจนถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนย่านเจริญกรุง (Creative Economy Agency, 2023b)

ข้อค้นพบจากการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริบทการพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร พื้นที่ย่านเจริญกรุง ผู้เขียนพบว่าพื้นที่เจริญกรุงนั้นมีศักยภาพในการผลักดันสู่พื้นที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของประเทศได้ แต่ในการส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้ได้มีติดรอบด้านนั้น ยังมีปัญหาเรื่องของอัตลักษณ์ของการออกแบบที่ส่งเสริมศักยภาพทางวัฒนธรรมของพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่เจริญกรุง รวมไปถึงพื้นที่อื่นในกรุงเทพมหานคร และ “พื้นที่เมือง” อื่น ๆ ในประเทศไทย มีลักษณะของความเหมือนร่วมกัน (sameness) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการแลกเปลี่ยนกันไปมาทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะหลักการออกแบบและรูปลักษณ์ ทั้งจากอิทธิพลของเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงและหล่อหลอมกระบวนการคิด รสนิยม ความเชื่อ และพฤติกรรม การบริโภคไปในรูปแบบเดียวกัน และอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่ทำให้การใช้อัตลักษณ์การออกแบบที่มีความเหมือนร่วมกันนั้นยังมีมูลค่า ส่งผลให้ลักษณะความคล้ายคลึงของการออกแบบสร้างสรรค์ยังดำรงอยู่ได้ในหลายพื้นที่ ปัญหานี้ทำให้พื้นที่

ต่าง ๆ นั้นไม่สามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่ ออกมาเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่าเป็นความท้าทายในการศึกษาที่มีความสำคัญในการสังเคราะห์เป็นหลักการหรือแก่นสาระที่สัมพันธ์กับมิติด้านความงามของพื้นที่ และพัฒนาเป็นองค์ความรู้ในการออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริบทการพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร พื้นที่ย่านเจริญกรุง ผู้เขียนพบข้อค้นพบจากการศึกษา 2 ประการ ประกอบด้วย

1. ข้อค้นพบด้านการรับรู้เชิงพื้นที่

พื้นที่ศึกษามีลักษณะของการรับรู้ในแบบ “ย่าน” ซึ่งกำกับขอบเขตที่ไม่ชัดเจน เมื่อพิจารณาจากความรับรู้ด้านขอบเขตของพื้นที่จากบันทึกกิจกรรมที่เกิดขึ้นบริเวณพื้นที่ถนนเจริญกรุงและบริเวณใกล้เคียง พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงของขอบเขตอยู่ในแต่ละกิจกรรมโดยสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรและปัจจัยด้านพื้นที่สำหรับเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นลักษณะการรับรู้ความเป็น “ย่าน” นั้นมีหลักสำคัญในการรับรู้คือ บริเวณถนนเจริญกรุงเลียบบึงแม่น้ำเจ้าพระยา และบางกรณีอาจนับรวมไปถึงพื้นที่ใกล้เคียงที่สามารถเดินทางไปได้ด้วยเท้าได้โดยสะดวกหรืออาศัยการคมนาคม เช่น รถสาธารณะ หรือเรือ ในระยะสั้น

2. ข้อค้นพบด้านความเปลี่ยนแปลงเชิงบริบทของพื้นที่ศึกษา

แม้ย่านเจริญกรุงจะเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ แต่ปัจจุบันพื้นที่ย่านเจริญกรุงมีการรับรู้เชิงพื้นที่อย่างกว้างขวางในบริบทของย่านธุรกิจและย่านศิลปวัฒนธรรม มากกว่าการรับรู้ในฐานะย่านที่อยู่อาศัย และย่านศูนย์ราชการ โดยเกิดจากอิทธิพลของการพัฒนาเมืองผ่านกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี อาทิ บางกอกอาร์ตเบียนนาเล่ (Bangkok Art Biennale: BAB) และเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ (Bangkok Design Week) ซึ่งจัดต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 รวมถึงเทศกาลสร้างสรรค์อื่น ๆ โดยภาครัฐและเอกชนที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากปัจจัยด้านกิจกรรมแล้ว อาคารเก่าแก่จำนวนหนึ่งได้รับการบูรณะเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการเชิงสุนทรีย์ะ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ผู้อยู่อาศัยและภูมิทัศน์ของพื้นที่ ในขณะที่อาคารอีกส่วนหนึ่งถูกพัฒนาเป็นพื้นที่อนุรักษ์ทางสถาปัตยกรรม รวมถึงการปรับตัวของชุมชนชาติพันธุ์ในพื้นที่ใกล้เคียงมีการปรับตัวสู่เทรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สารัตถะย่านวัฒนธรรม : องค์ประกอบเชิงคุณค่ากับการวิเคราะห์ทางสัญวิทยา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสังคมวัฒนธรรมขององค์ประกอบเชิงคุณค่าที่เป็นตัวแทนผลผลิตทางสังคมของย่านเจริญกรุง 2 ประการ ประกอบด้วย สภาวะอันเป็นคู่ตรงข้ามของ 1) ภาพตัวแทนความหมายเชิงรูปธรรม (visual representation) และ 2) ภาพตัวแทนความหมายเชิงนามธรรม (abstract representation)

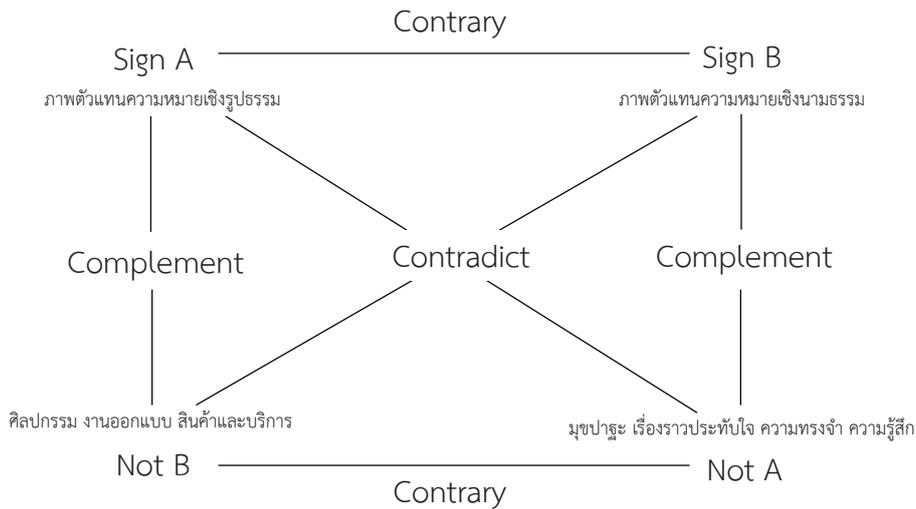
ผู้เขียนนำข้อค้นพบด้านการรับรู้เชิงพื้นที่ และด้านความเปลี่ยนแปลงเชิงบริบทของพื้นที่ศึกษามาวิเคราะห์ร่วมกับองค์ประกอบเชิงคุณค่าทั้งสองประการโดยใช้ทฤษฎีสัญวิทยาแบบโครงสร้างนิยม (structuralism) โซซูร์ พบว่า เมื่อวิเคราะห์ด้วยสี่เหลี่ยมศาสตร์ของเกรมาส¹ (ภาพที่ 4) ความเป็นทวิลักษณ์ในองค์ประกอบเชิงคุณค่าสามารถสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ของ “ภาพตัวแทน (representation)” ระหว่างมนุษย์กับวัฒนธรรมในฐานะแก่น “สารัตถะ” ของพื้นที่ศึกษา

เมื่อพิจารณาจากแผนภาพสี่เหลี่ยมศาสตร์จะพบว่า ภาพตัวแทนคุณค่าทั้งสองประการมีลักษณะที่เป็นทวิลักษณ์ต่อกัน โดยหากพิจารณาที่เครื่องหมาย Sign A จะพบว่า ภาพตัวแทนความหมายเชิงรูปธรรมนั้นมีลักษณะที่เป็นคู่ตรงข้ามกับเครื่องหมาย Sign B ซึ่งเป็นภาพตัวแทนความหมายเชิงนามธรรม โดยเครื่องหมาย Sign B จะแสดงลักษณะที่เป็นคู่ตรงข้ามต่อเครื่องหมาย Not B ซึ่งเป็นคู่สนับสนุนเครื่องหมาย Sign A ซึ่งประกอบด้วย ศิลปกรรม สิ่งปลูกสร้าง เครื่องใช้ งานออกแบบ ตลอดจนสินค้าและบริการทางสุนทรีย์ะต่าง ๆ ที่เป็นภาพแทนผลผลิตของย่านเจริญกรุง และเป็นภาพจำของย่าน ในขณะที่เครื่องหมาย Not A เป็นคู่สนับสนุนเครื่องหมาย Sign B ซึ่งประกอบด้วย มุขปาฐะเรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับอาคารบ้านเรือน ชุมชน ซึ่งหมายรวมถึงต้นกำเนิดพื้นที่ต่าง ๆ ในย่านเจริญกรุงที่มีลักษณะถ่ายทอดแบบปากต่อปาก หรือยังไม่มีการชำระหลักฐาน ตลอดจนเรื่องเล่าความประทับใจที่เกี่ยวข้องกับ

¹ เกรมาส มองว่าหน่วยความหมายความขัดแย้งในวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่า จะมีได้ถึง 4 แบบ เรียกว่า สี่เหลี่ยมศาสตร์ หรือสี่เหลี่ยมของสัญญา ซึ่งสามารถครอบคลุมฉากหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้กว้างกว่าการใช้คู่ขัดแย้งเดียว โดยแนวคิดสี่เหลี่ยมศาสตร์นี้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์วัฒนธรรมร่วมสมัยในหลากหลายกรณี (Boonmee, 2008, pp. 234–239)

พื้นที่ศึกษาที่มีลักษณะเป็นนามธรรม จะทำหน้าที่เป็นคู่ตรงข้ามกับเครื่องหมาย Sign A ซึ่งมีคุณลักษณะที่เป็นรูปธรรม ผลการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีสัญญาวิทยาแบบโครงสร้างนิยม โดยใช้เครื่องมือสี่เหลี่ยมสัญลักษณ์นี้แสดงให้เห็นว่า ภาพตัวแทนแบบรูปธรรมและนามธรรมนั้นมีลักษณะเป็น

สัญลักษณ์ประเภทคู่ตรงข้าม ซึ่งทำให้การสื่อสารผ่านสัญลักษณ์สามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสมათานปัจจัยเชิงคุณค่าของภาพตัวแทนทั้งสองประเภทจึงเป็นหลักการสำคัญในการออกแบบในฐานะสารัตถะย่านวัฒนธรรม

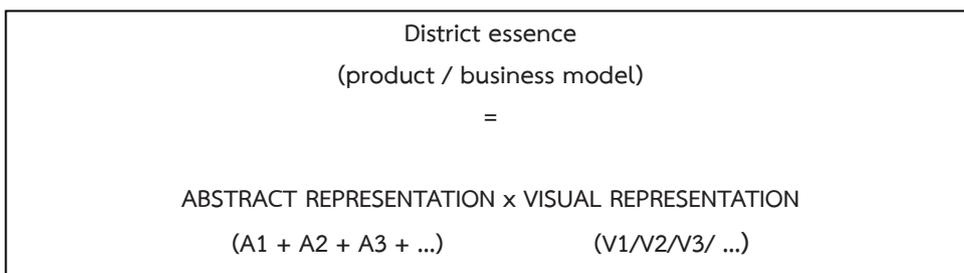


ภาพที่ 4 การวิเคราะห์ภาพตัวแทนผลผลิตทางสังคมของย่านวัฒนธรรมด้วยสี่เหลี่ยมสัญลักษณ์ของเกรมาส (ที่มา : Ek Thongprasert)

บทสรุป

จากการวิเคราะห์มิติทางประวัติศาสตร์และมิติสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านเจริญกรุง เมื่อพิจารณาว่ารูปแบบความหมายทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในสังคมร่วมสมัยนั้นมีลักษณะแบบกึ่งภาพเหมารวม (stereotype) เป็นความคิดหรือทัศนคติที่มีต่อลักษณะหรือคุณสมบัติกลุ่มคนที่ไม่ซับซ้อนและเข้าใจได้ง่าย ซึ่งมักได้รับมาจากประสบการณ์ทางอ้อม ผู้เขียนพบว่า สารัตถะย่านวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านเจริญกรุงมีองค์ประกอบเชิงคุณค่า 2 ประการ ที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์ผลผลิตจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัฒนธรรม ในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์วัฒนธรรมที่ดำรงอยู่ท่ามกลาง

อิทธิพลที่ส่งต่อระหว่างกัน และมีวิถีทางในการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลต่อกันและกันด้วย โดยสามารถจำแนกผลผลิตทางวัฒนธรรมเป็นสองรูปแบบ ประกอบด้วยปัจจัยเชิงคุณค่าที่เป็นตัวแทนผลผลิตทางสังคมของย่านเจริญกรุง 2 ประการ ได้แก่ สภาวะอันเป็นคู่ตรงข้ามของภาพตัวแทนความหมายเชิงรูปธรรม (visual representation) และภาพตัวแทนความหมายเชิงนามธรรม (abstract representation) ซึ่งเป็นแก่นสาระในการออกแบบ โดยผู้เขียนได้สรุปสาระสำคัญจากการศึกษาเป็นแผนภาพ DAV Model แสดงหลักการออกแบบจากสารัตถะของย่านวัฒนธรรม (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 หลักการออกแบบจากสารัตถะวัฒนธรรมใน DAV Model (ที่มา : Ek Thongprasert)

หลักการออกแบบ DAV Model เกิดขึ้นจากการสมานานคุณลักษณะของภาพตัวแทนแบบรูปธรรม โดยแทนค่าเป็น V (visual element) ที่สะท้อนให้เห็นถึงสัญญาณของพื้นที่ที่เกิดจากการลงพื้นที่ การทบทวนวรรณกรรม และการวิเคราะห์ทางทัศนธาตุ โดยที่การใส่ค่า V ในสมการดังกล่าวข้างต้นสามารถกระทำได้ตั้งแต่ 1 ตัวแปรขึ้นไป ในขณะที่คุณลักษณะของภาพตัวแทนแบบนามธรรม ซึ่งแทนค่าด้วย A (abstract element) เป็นองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ที่ช่วยให้ระลึกถึงสถานที่นั้น ๆ เกิดจากการลงพื้นที่ ทบทวนวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่า มุขปาฐะ การสัมภาษณ์แล้วทำการตีความเชิงอุปมาอุปไมย (metaphor) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลให้กลายเป็นพีธีการจัดการกับองค์ประกอบทางกายภาพ (process) ในฐานะองค์ความรู้ทางกระบวนการออกแบบจากการวิเคราะห์มิติทางประวัติศาสตร์และมิติสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านเจริญกรุง

ในการศึกษาผลย้อนกลับ (reverse design) ด้วยแบบทดสอบก่อนหลังการทดลองใช้ DAV Model เป็นหลักการออกแบบในอาสาสมัครกลุ่มนักเรียนและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผลการทดลองชี้ว่าตัวแปร V และ A มีการแทนค่าสัญญาณที่ปรากฏในพื้นที่ และสามารถถ่ายทอด “อารมณ์ทางวัฒนธรรม” โดยสะท้อนการผสมผสานขององค์ประกอบ “Visual” และ “Abstract” เพื่อเข้าถึงสารัตถะของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสัญวิทยาแบบโครงสร้างนิยมของ โซซูร์ และกริมาร์ ในแนวคิดเรื่องการเข้ารหัส (encoding) และการถอดรหัส (decoding) เพื่อสร้างการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดย DAV Model เป็นวิธีการนำทุนจากผลผลิตทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้มาใช้เพื่อพัฒนาแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในฐานะทุนทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับกรอบคิดขององค์การการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD)² และแนวคิดการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย แนวทางที่นำเสนอนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการประยุกต์แนวคิดของการเชื่อมโยงตัวแทนนามธรรมและตัวแทนกายภาพของพื้นที่ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดทางธุรกิจที่สามารถสร้าง

อัตลักษณ์ที่แข็งแกร่งให้กับพื้นที่ต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร แนวคิดนี้สามารถต่อยอดไปยังพื้นที่อื่น ๆ ได้ เช่น ย่านเยาวราช ย่านบางรัก หรือพื้นที่อื่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยอาจใช้วิธีการวิเคราะห์ที่คล้ายคลึงกัน เพื่อสร้างสรรค์โครงการที่ช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นให้มากขึ้น

References

- Bang Rak District Office. (2018, March 11). **Bangkokian museum (พิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก)**. <https://webportal.bangkok.go.th/bangrak/page/sub/2948>
- Boonmee, T. (2008). **Saussur's semiotics revolution, the path to postmodernism (การปฏิวัติสัญศาสตร์ของโซซูร์ เส้นทางสู่โพสต์โมเดิร์นนิสม์)**. Wipasa.
- Creative Economy Agency. (2019). **Street scape, Dorn Chareon Krung (Street scape เดินเจริญกรุง)**. <https://www.cea.or.th/th/single-district-project/district-project-bangkok-street-scape>
- Creative Economy Agency. (2023a). **UNESCO creative city – Bangkok city of design (กรุงเทพมหานคร เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโก)**. <https://creativecity.cea.or.th/th/city-projects/bangkok-city-of-design>
- Creative Economy Agency. (2023b). **Creative neighborhood – a retrospective process (ย่านสร้างสรรค์ย้อนกระบวนการสร้างสรรค์)**. <https://creativecity.cea.or.th/th/district-analysis/creative-neighborhood>
- Jumpafueng, N. (2023, March 10). “Oriental” the oldest hotel in Thailand, accomodation for visitors, King Rama V favorite place (“โอเรียนเต็ล” โรงแรมเก่าแก่สุดในไทย ที่พักรับรองอาคันตุกะ สถานที่โปรดรัชกาลที่ 5). **Silpawattanatham**. https://www.silpa-mag.com/old-photos-tell-the-historical-story/article_103551

² กรอบคิดขององค์การการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา หรือ องค์กรแห่ง (UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development) ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น คือ วงจรการสร้าง การผลิต และการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ความสร้างสรรค์ และทุนทางภูมิปัญญาเป็นปัจจัยพื้นฐานหลัก อันเป็นการขยายขอบเขตของการสร้างสรรค์ให้มีความครอบคลุมและกว้างขึ้นจากการศึกษาตัวแบบของ “Creative Nation Report”

- KORI TV 코리아ทีวี. (2018, September 21). **Charoen Krung (เจริญกรุง)** [Photo]. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=311927886054787&set=a.311927849388124>
- Pachanda, A. (2021). **100 years of Charoenkrung road and economic – social changes (A.D. 1868-1968) (100 ปี ถนนเจริญกรุงกับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2411-2511))** [Master's thesis, Srinakharinwirot University]. DSpace at Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/1488>
- Strategy and Evaluation Department, Bangkok Metropolitan Administration. (2018). **The 20-year Bangkok development plan (2018-2037) revised edition (แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ฉบับปรับปรุง)**. https://officialadmin.bangkok.go.th/upload/file_tcqXHcotAB_145748.pdf
- The Agent Urban Link Property Expert. (2018, April 26). **Charoen Krung – Charoen Nakhon future location in the old city area (เจริญกรุง-เจริญนคร ทำเลอนาคตในย่านเมืองเก่า)**. <https://www.theagent.co.th/th/news/detail/1279>
- The Government Public Relations Department. (2023, April 28). **A government spokesperson revealed that the Prime Minister promotes the drive of the 5F project, promoting Thai products and culture as export products to be known around the world, create opportunities from soft power (โฆษกรัฐบาลเผย นายกฯ ส่งเสริมการขับเคลื่อนโครงการ 5F ผลักดันผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมไทยเป็นสินค้าส่งออกให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก สร้างโอกาสจาก soft power)**. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/177728>
- Warin Lab Contemporary. (2023). **WarinLab, new art gallery in a 100 years old wooden building in Charoen Krung area (WarinLab หอศิลป์ใหม่ในอาคารไม้อายุ 100 ปี ย่านเจริญกรุง ออกนิทรรศการ SWAMPED)**. <https://shorturl.asia/v9ipl>
- Watcharasatien, P. (2006). **I love Bangkok, episode walking along Charoen Krung road (ฉันรักกรุงเทพฯ ตอน เลาะเลียบริมถนนเจริญกรุง)**. Preaw.